**Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP**

# CORPORATE REBRANDING LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK TVRI DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA

Muhammad Abi Al-Haq

Deskripsi Lengkap: http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=75276&lokasi=lokal

---

Abstrak

Pada tanggal 29 Maret 2019, Televisi Republik Indonesia (TVRI) melakukan corporate rebranding. Hal yang paling menonjol dalam rebranding tersebut ialah perubahan pada logo. Oleh sebab itu penelitian ini ingin mengetahui bagaimana corporate rebranding lembaga penyiaran publik TVRI dalam meningkatkan citra lembaga, dan faktor apa yang mempengaruhi terjadinya corporate rebranding pada TVRI. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dan teori Pemulihan Citra, teori ini berkaitan dengan upaya yang dilakukan TVRI dalam meningkatkan citra lembaganya. Dalam teori pemulihan citra, TVRI menggunakan strategi mengurangi serangan, dan tindakan korektif. Corporate Rebranding dilakukan, karna TVRI ingin berubah dirinya dengan menampilkan new spirit, new image, dan new culture secara menyeluruh. Metode penelitian yang digunakan ialah studi kasus dengan analisis kualitatif untuk mengetahui bagaimana perubahan secara menyeluruh yang dilakukan oleh TVRI dalam corporate rebranding nya, dalam penelitian ini, peneliti berusaha menggambarkan dan memaknai ulang hal tersebut. Melalui penelitian yang sudah dilakukan, maka hasil penelitian menunjukan bahwa TVRI melakukan Corporate Rebranding yang meliputi perubahan pada logo, visi & misi, tampilan, dan isi siaran. Melalui perubahan yang menyeluruh tersebut TVRI mampu merubah citranya dari yang negatif menjadi citra positif. Faktor yang mempengaruhi terjadinya corporate rebranding diantaranya karna citra negatif dari publik dan memang TVRI ingin merubah citra dan organisasinya.